



ターゲット決裁者開拓支援サービス 「キーマンアポインター」

サービス紹介資料

会社概要

基本情報

会社名

株式会社Emooove

役員

藤澤 諒一
峰 可樹
小手川 若羽

所在地

〒150-0001
東京都渋谷区神宮前六丁目 2 3 番 4 号
桑野ビル 2F

従業員数

4 5 名（業務委託を含む）

連絡先

info@emooove.co.jp

事業内容

営業支援事業、SaaS Agent事業、
SI事業、HR事業

在籍メンバーの 出身企業例



在籍者保有資格 （一部抜粋）



受賞歴



取引実績一覧

エンタープライズ企業からスタートアップまで100社の支援実績あり

システム開発企業



上場企業



SES



マーケ支援企業



SaaS



HR



マッチングプラットフォーム



コンサルティング



データ活用



BPO



セキュリティ



資産形成



福利厚生



SNS運用



印刷出版



その他



書籍出版



LinkedIn×Salesを解説

LinkedInを駆使して、
決裁者の商談を
効率的に創出する
ノウハウを徹底解説。

Amazon1位獲得

[Amazon 売れ筋ランキング]



※2024年9月18日10時時点

LinkedIn Japanとのオフラインセミナー共催実績

2/6
19:00
THU
六本木ミッドタウンタワー
LinkedIn オフィス
VIPルーム

MC ヤナ
(LinkedIn Japan)

【CxO/責任者クラス 完全招待制】
LinkedIn を活用した
採用と営業の“新常識”

登壇者：(株)ダイレクトソーシングCSO野見山・LinkedIn Japan 石坂・(株)EmoooveCSO峰

セミナー共催

年商50億円以上の
上場企業を中心とする、
事業部長以上の方々を対象とした
オフラインのセミナーを
LinkedIn Japan パートナー統括部
責任者の石坂氏と共催。

参考：LinkedInとは？

- LinkedInとは国内で急拡大中のビジネス特化型SNS
- 採用/広告のみならず営業に特化した機能を搭載している点や、大手企業などが導入を進めている点が特徴

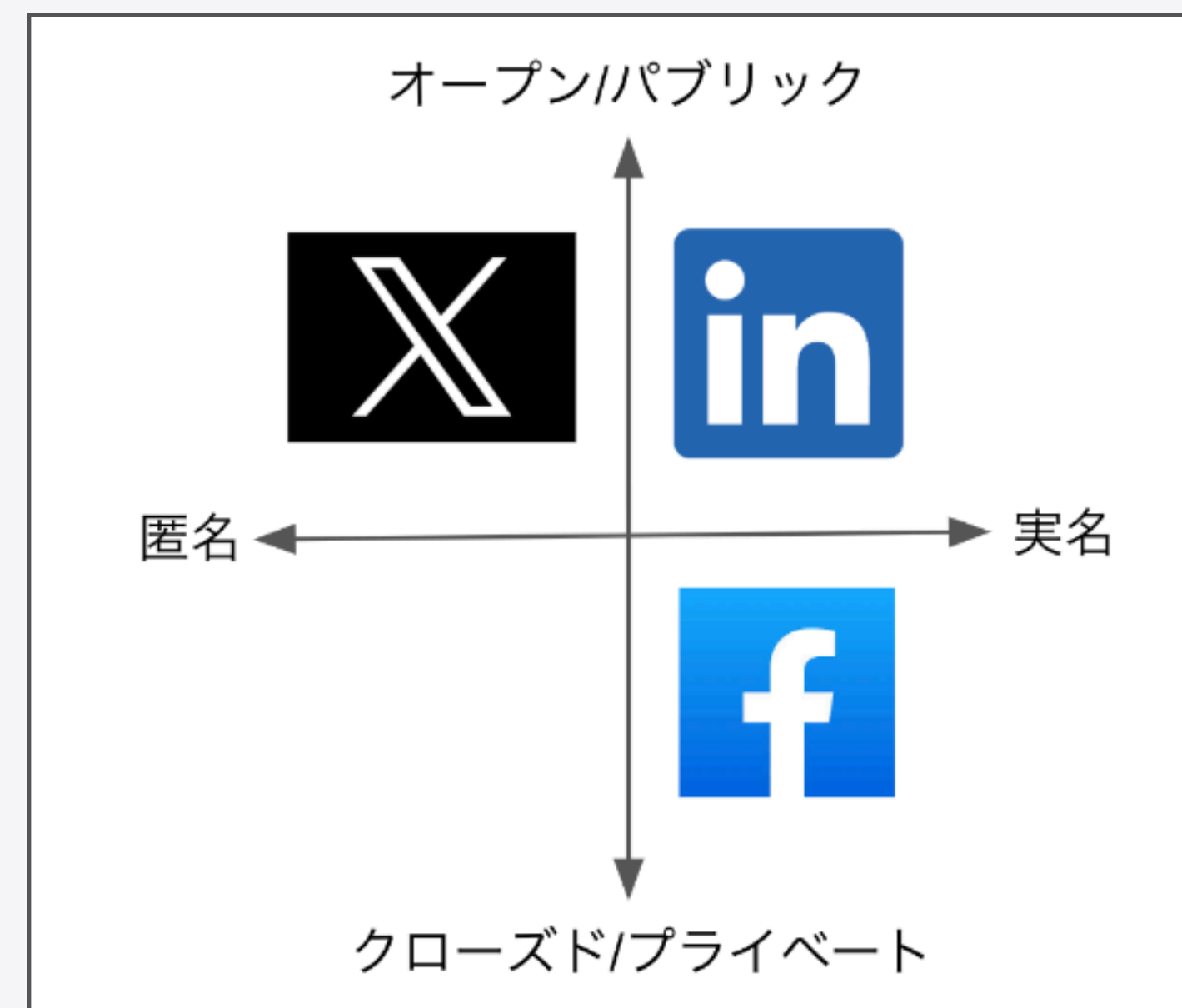
国内のビジネスパーソンだけで**400万ユーザー超**

※2024年12月時点

実名性とオープン性を兼ね備えた唯一無二のSNS

LinkedIn

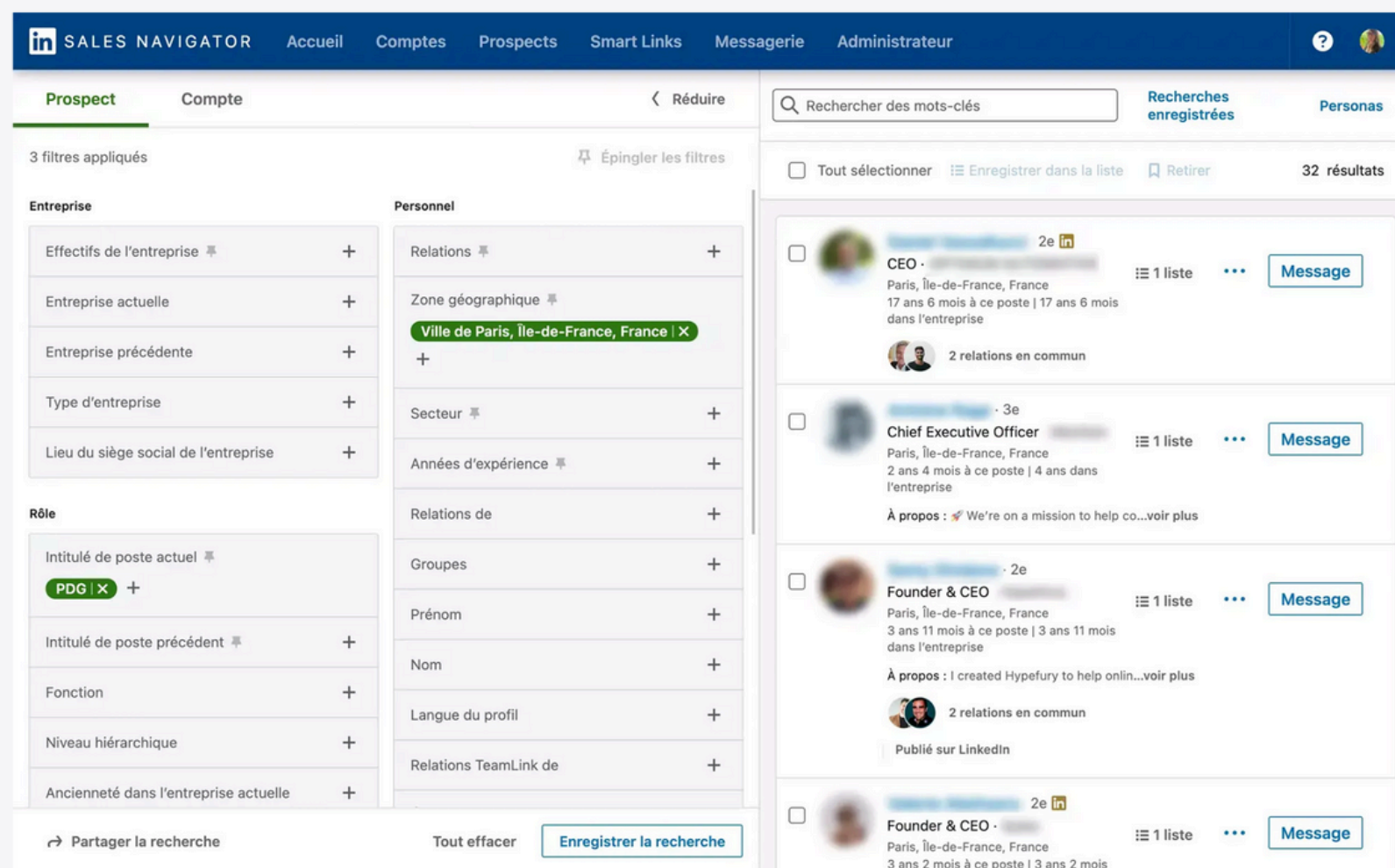
右肩上がりのユーザー数



参考：LinkedIn Sales Navigatorとは？

- 「LinkedIn Sales Navigator」とは、LinkedIn社が提供する有償の営業ツール
- BtoB営業に活かせる機能を多数盛り込んでおり、ターゲット決裁者に直接アプローチする際にも有効

詳細なフィルタリング・リストアップ機能 ※UIはまだ英語版のみ



その他にも・・・

- リスト管理機能
- 共通の知り合いの可視化機能
- ターゲットの投稿管理機能
- 転職履歴の確認機能

などなど、営業に使える様々な機能が搭載されている

成果を出すためには、Sales Navigatorの機能や操作方法を熟知した上での運用が必要不可欠

BtoB営業でよくある課題

テレアポ営業における「99.9%」の無駄

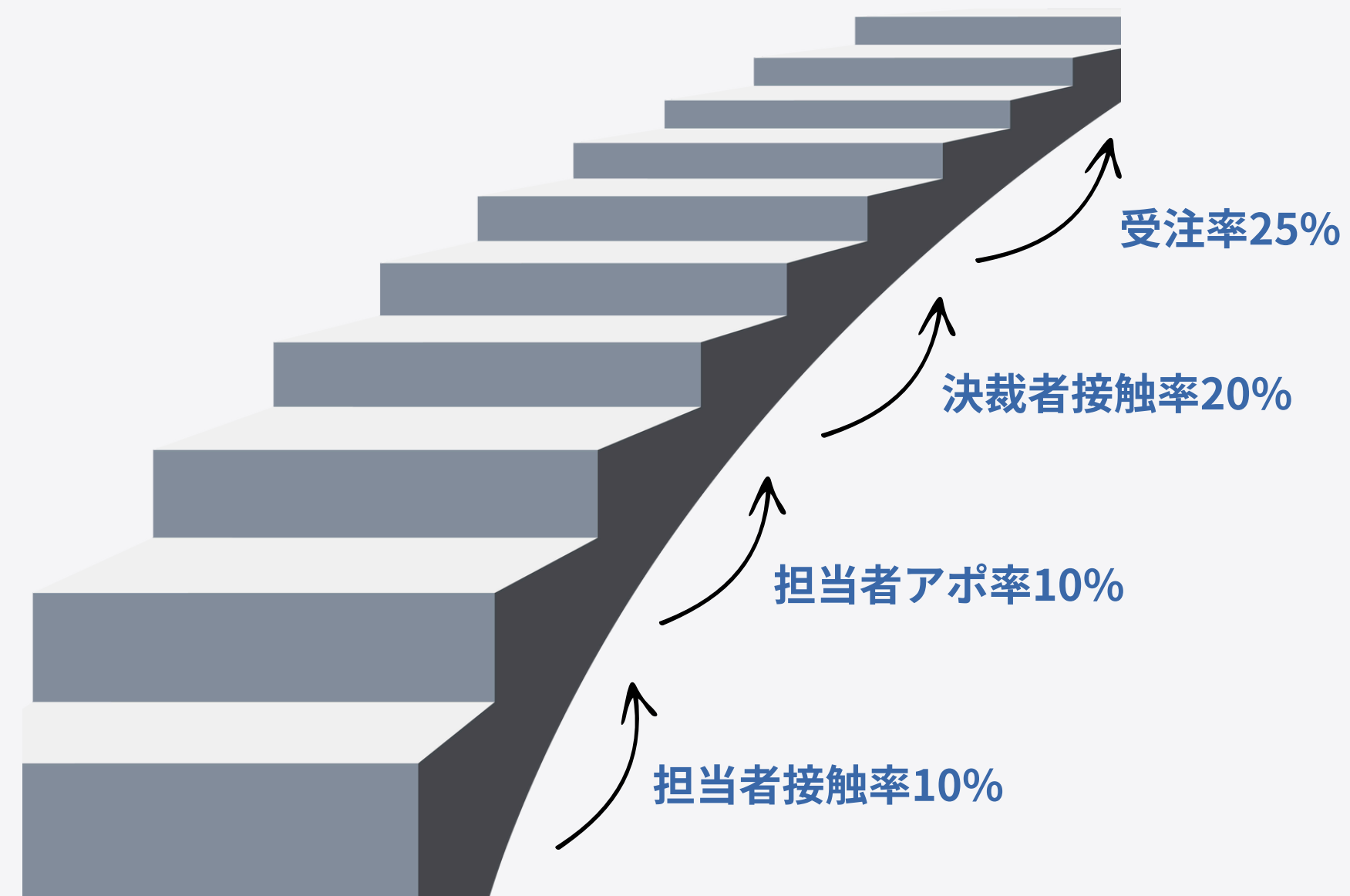
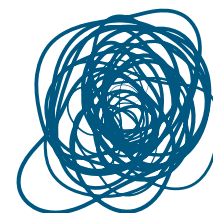
①担当者コンタクト率（アポ率）の低さ

アウトバウンド営業（Ex.テレアポ）の場合、
担当者と会話できるのは僅か10%程度。
この時点で、時間と人件費の90%を捨てている。



②決裁者アポイント率（受注率）の低さ

決裁者は営業電話に対応してくれない。
そのせいで稟議難易度が上がり受注率が著しく低下する。
また、アポイントからのリードタイムが長期化する。



受注までの道のりが長い・途中から前に進めなくなる

アウトバウンドセールスで成果を出すポイント

- ✓ 国内最大レベルの人物データベースに基づいて、LinkedIn等のSNSからダイレクトアプローチ
- ✓ 複数施策を活用することで、営業効率を最大化・取り零しの発生を最小化



具体的な支援の進め方

✓ 初期設計～アプローチ～運用改善を全て請け負い、お客様の負担が最小化する運用を行います

初期設計

アプローチ

運用改善

アカウント作成

アカウント作成し、つながり100人まで申請いただく

つながり申請

ターゲット決裁者に向けて週に150件のペースでつながり申請を実施

リマインド

返信がない方にリマインドを実施

プロフィール作成

アポ率を最大化するための、ターゲットに刺さる魅力的なプロフィールを作成

承認者へのメッセージ

承認者に対して、適宜カスタマイズしながら営業メッセージを送信

PDCA

主に承認率・アポ率の最大化を目的に、ボトルネックの特定および改善活動を実施

ターゲット検討・リストアップ

ヒアリング内容や仮説をベースにターゲット検討/すり合わせおよび、リストアップ実施

メッセージ後のやりとり

メッセージ後の返信対応や、クロージング、日程調整などを適宜実施

定例ミーティングの実施

月に2回の定例ミーティングを実施し、状況の報告や改善アクションのすり合わせなどを実施

訴求検討・文面作成

ヒアリング内容や仮説をベースに訴求検討/すり合わせおよび、文面を作成

Inmail活用（次ページ参照）

状況に応じてMAX月に50件のInmail送信を実施

投稿へのいいね・リプライなど

状況に応じ、ナーチャリングアクションとしてターゲットの投稿へのいいねやリプライなどを実施し、アポ率を改善

プロフィール例

- ✔ これまで100アカウント以上のLinkedInを運用してきたノウハウと、お客様・商材の深い理解に基づく最適なプロフィール作成を実施

ファーストビューが大切

ファーストビューが大事な理由

- ・アポ承諾検討する上で確実に見られる
- ・Why meの説得力を持たせる要素

LinkedInの媒体特性を活かした最適な
プロフ設計が必要



ヘッダー

経歴

ヘッドライン

※「どんな人/アカウントか」を端的に伝える

自己紹介

※これまでの人生や想いを厚めに語る



提供サービス

強調したい
投稿

投稿


※画像はBPOサービスのターゲット検討例




プレスリリースでの 検索クエリ例

解決できる課題を起点に、
ターゲットを細分化

リストアップ例

- 

企業名/事業部/氏名など基本情報をリストアップし、細かくステータス管理を実施。
- 

ご希望があれば、名寄せデータの納品も可能。

企業名	代表電話	LinkedIn						コール	1回目		
		繋がり申請 ステータス	繋がり申請 日時	メッセージ	最新ステータス	事業部/役職	担当者名	会話メモ（箇条書で記載）	ターゲット セグメント	日時	ステータス
株 拡張機能 株式会社A3 Capital	電話番号	繋がり申請済	2025/01/23	メッ...		CTO	西川 雄三		Sales...	2/12	その他...
株式会社三菱UFJ銀行	電話番号	繋がり申請済	2025/01/23	メッ...		CEO	Manabu Kuwabara	受付→担当への繋ぎ不可。SNS再度連絡提案し終話	Sales...	2/12	その他
株式会社三菱UFJ銀行	電話番号	繋がり申請済	2025/01/23	メッ...		Vice President / Team	Naoto Maeda	カスタマー番号のみ。コールできず	Sales...	2/12	その他
株式会社三菱UFJ銀行	電話番号	繋がり申請済	2025/01/23	メッ...		Head of IT Strategy and	Masahiro Matsui	カスタマー番号のみ。コールできず	Sales...	2/12	その他
株式会社三菱UFJ銀行	電話番号	繋がり申請済	2025/01/23	メッ...		上席調査役	Kenzaburo Ishida	カスタマー番号のみ。コールできず	Sales...	2/12	その他
株式会社三菱UFJ銀行	電話番号	繋がり申請済	2025/01/23	メッ...		Managing Director	Hashizume Takumi	カスタマー番号のみ。コールできず	Sales...	2/12	その他
株式会社三菱UFJ銀行	電話番号	繋がり申請済	2025/01/23	メッ...		Managing Director	Masahiro Masuyama	カスタマー番号のみ。コールできず	Sales...	2/12	その他
株式会社三菱UFJ銀行	電話番号	繋がり申請済	2025/01/23	メッ...		Vice President（MBA留	Ryo Sakaguchi	カスタマー番号のみ。コールできず	Sales...	2/12	その他
株式会社三菱UFJ銀行	電話番号	繋がり申請済	2025/01/23	メッ...		Managing Director, Hea	Masahiro Tsubuki	カスタマー番号のみ。コールできず	Sales...	2/12	その他
三菱UFJ信託銀行株式会社	電話番号	繋がり申請済	2025/01/23	メッ...		senior vice president	Akira Konishi	受付突破できず/キーマンの名前漢字表記未回答のため	Sales...	2/12	受付B...
Grant Thornton Japan	電話番号	繋がり申請済	2025/01/23	メッ...		Head of Financial Advis	Ryotaro Sugawara	折り返し	Sales...	2/12	担当不...
SMB C日興証券株式会社	電話番号	繋がり申請済	2025/01/23	メッ...		Vice President, IBD, FI	Shoichi Yokota	カスタマー番号のみ。コールできず	Sales...	2/12	その他
SMB C日興証券株式会社	電話番号	繋がり申請済	2025/01/23	メッ...		Director Investment Bar	Fumihiko Kimura	カスタマー番号のみ。コールできず	Sales...	2/12	その他
株式会社 FingerVision	電話番号	繋がり申請済	2025/01/23	メッ...		CDO	山浦 博志	留守電	Sales...	2/12	その他...
オムロン株式会社	電話番号	繋がり申請済	2025/01/23	メッ...		Senior General Manage	細井 聖	担当部署名必要	Sales...	2/12	受付B...
OMデジタルソリューションズ	電話番号	繋がり申請済	2025/01/23	メッ...		COO	糸嶺 裕明	担当部署名必要	Sales...	2/12	受付B...
カンタツ株式会社	電話番号	繋がり申請済	2025/01/23	メッ...		BU Vice President, Glo	Yukifumi Iwakuma	キーマン退職。別途LinkedInで別担当者へアプローチ/LinkedInヒットせず	Sales...	2/12	その他
株式会社リコー	電話番号	繋がり申請済	2025/01/23	メッ...		Assosiate Corporate VF	Ken Tominaga	不通	Sales...	2/12	その他...
Hitachi Europe	電話番号	繋がり申請済	2025/01/23	メッ...		Technology Executive	Masahiko Nakane	電話番号なし	Sales...	2/12	その他
パナソニック インダストリー	電話番号	繋がり申請済	2025/01/23	メッ...		常務執行役員 CHRO	Toshiya Umemura	キーマン退職済み	Sales...	2/12	その他
skyACE	電話番号	繋がり申請済	2025/01/23	メッ...		CEO	Tien Trien Le		Sales...		
パナソニックコネクト株式会社	電話番号	繋がり申請済	2025/01/23	メッ...		Vice President Panaso	古川 厚	NG	Sales...	2/12	担当接...
i-PRO株式会社	電話番号	繋がり申請済	2025/02/07	メッ...		Senior Vice President, r	Hideaki Takahashi	電話番号表記あるものの現在使われていないアナウンス	Sales...	2/12	その他
株式会社SHIFT	電話番号	繋がり申請済	2025/01/23	メッ...	アポ	マネージングディレク	島田 洋二	アポ	Sales...		
株式会社浅原技研	電話番号	繋がり申請済	2025/01/24	メッ...		CTO	原 卓也	4月ごろまで多忙。3月中に再コール！	Sales...	2/12	その他
株式会社北國銀行	電話番号	繋がり申請済	2025/01/24	メッ...		常務執行役員 市場金	Seiichi Sagiike		Sales...		
ボッシュ株式会社	電話番号	繋がり申請済	2025/01/24	メッ...		Affiliated to Regional Pr	Kihachiro Hayakawa	担当者不在	Sales...	2/12	担当不...
ソニーグループ株式会社	電話番号	繋がり申請済	2025/01/25	メッ...		AITRIOS - Sr. GM - For	Yanagisawa Eita	担当者不在	Sales...	2/12	担当不...
三菱電機株式会社	電話番号	繋がり申請済	2025/01/27	メッ...		Chief Engineer	Hiroo Kanamaru	部署名必須	Sales...	2/12	受付B...
合同会社Learning Through Pla	電話番号	繋がり申請済	2025/01/27	メッ...		CEO	Yuya Ishigami	電話番号なし	Sales...		
株式会社官民連携事業研究所	電話番号	繋がり申請済	2025/01/27	繋が...			秋田 大介	通話不可アナウンス	Sales...	2/12	その他
BizPit	電話番号	繋がり申請済	2025/01/27	メッ...			Kenichi ONO	不通	Sales...	2/12	その他...
NTT Devices Optech Corp	電話番号	繋がり申請済	2025/01/27	メッ...			Shinichi Tsud	会議中/ベラ1 送付	Sales...	2/12	担当不...
Strategy and APAC operations	電話番号	繋がり申請済	2025/01/27	メッ...			Shunsuke Sugimoto		Sales...		
株式会社米自動車	電話番号	繋がり申請済	2025/01/27	メッ...			武田 浩則	留守電	Sales...	2/12	その他...
SMBC	電話番号	繋がり申請済	2025/01/28	メッ...			Feilin Mu		Sales...		
InovaLigo	電話番号	繋がり申請済	2025/01/31	メッ...			Yasuhiro Mitsuhashi	電話番号情報なし	Sales...	2/12	その他

文面例

- ✓ 成果を最大化すべく、1to1のパーソナライズメッセージを作成
- ✓ PO/PMによる厳格な文面レビューのオペレーションを構築

役職別に
文面をカスタマイズ

アカウントURL	対象	レビュー前	レビュー後
https://www.linkedin.com/company/xxxxx	営業責任者向け	<p>【会社名】新規事業責任者の近藤と申します。 急なご相談にて恐れ入りますが、1点お伺いしたくLinkedInから連絡させていただきました。</p> <p>本来は中村様がやる必要のないような営業領域の雑務を、【会社名】登録者90万人から厳選された専門人材（日程調整URL）https://x.gd/utpdB</p> <p>例えば追客や資料作成のような「ノンコア業務」を、“必要な部分”“必要な時”だけ“リーズナブル”にサポート。急なご相談にて恐れ入りますが、ご検討いただけますと幸いです。</p>	<p>【会社名】新規事業責任者の近藤と申します。 急なご相談にて恐れ入りますが、1点お伺いしたくLinkedInから連絡させていただきました。</p> <p>本来は中村様がやる必要のないような営業領域の雑務を、【会社名】登録者90万人から厳選された専門人材（日程調整URL）https://x.gd/utpdB</p> <p>例えば追客や資料作成のようなノンコア業務を、“必要な部分”“必要な時”だけ“リーズナブル”にサポート。急なご相談にて恐れ入りますが、ご検討いただけますと幸いです。</p>
https://www.linkedin.com/company/xxxxx	人事責任者向け	<p>【会社名】新規事業責任者の近藤と申します。 急なご相談にて恐れ入りますが、1点お伺いしたくLinkedInから連絡させていただきました。</p> <p>本来は片山様がやる必要のないような人事領域の雑務を、【会社名】登録者90万人から厳選された専門人材（日程調整URL）https://x.gd/utpdB</p> <p>例えば入社/退社のサポートや勤怠管理のような「ノンコア業務」を、“必要な部分”“必要な時”だけ“リーズナブル”にサポート。急なご相談にて恐れ入りますが、ご検討いただけますと幸いです。</p>	<p>【会社名】新規事業責任者の近藤と申します。 急なご相談にて恐れ入りますが、1点お伺いしたくLinkedInから連絡させていただきました。</p> <p>本来は片山様がやる必要のないような人事領域の雑務を、【会社名】登録者90万人から厳選された専門人材（日程調整URL）https://x.gd/utpdB</p> <p>例えば入社/退社のサポートや勤怠管理のようなノンコア業務を、“必要な部分”“必要な時”だけ“リーズナブル”にサポート。急なご相談にて恐れ入りますが、ご検討いただけますと幸いです。</p>
https://www.linkedin.com/company/xxxxx	管理者向け(現場責任者)	<p>【会社名】新規事業責任者の近藤と申します。 急なご相談にて恐れ入りますが、1点お伺いしたくLinkedInから連絡させていただきました。</p> <p>【会社名】登録者90万人から厳選された様々な専門人材が、鎌田様の右腕として凡ゆる雑務をお任せできる（日程調整URL）https://x.gd/utpdB</p> <p>例えばバックオフィス業務（例：経理・労務・採用）・営業事務（例：データ入力・見積書/資料作成など）を、急なご連絡にて恐れ入りますが、ご検討の程よろしく願いいたします。</p>	<p>【会社名】新規事業責任者の近藤と申します。 急なご相談にて恐れ入りますが、1点お伺いしたくLinkedInから連絡させていただきました。</p> <p>【会社名】登録者90万人から厳選された様々な専門人材が、鎌田様の右腕として凡ゆる雑務をお任せできる（日程調整URL）https://x.gd/utpdB</p> <p>例えばバックオフィス業務（例：経理・労務・採用）・営業事務（例：データ入力・見積書/資料作成など）を、急なご連絡にて恐れ入りますが、ご検討の程よろしく願いいたします。</p>
https://www.linkedin.com/company/xxxxx	マーケティング責任者	<p>【会社名】新規事業責任者の近藤と申します。 急なご相談にて誠に恐縮ですが、1点お伺いしたくLinkedInから連絡させていただきました。</p> <p>本来はカツヤマ様がやる必要のないようなマーケティング領域の雑務を、【会社名】登録者90万人から厳選された専門人材（日程調整URL）https://x.gd/utpdB</p> <p>例えば広告管理・デザイン制作「ノンコア業務」を、“必要な部分”“必要な時”だけ“リーズナブル”にサポート。急なご連絡にて恐れ入りますが、ご検討の程よろしく願いいたします。</p>	<p>【会社名】新規事業責任者の近藤と申します。 急なご相談にて誠に恐縮ですが、1点お伺いしたくLinkedInから連絡させていただきました。</p> <p>本来はカツヤマ様がやる必要のないようなマーケティング領域の雑務を、【会社名】登録者90万人から厳選された専門人材（日程調整URL）https://x.gd/utpdB</p> <p>例えば広告管理やデザイン制作等のノンコア業務を、“必要な部分”“必要な時”だけ“リーズナブル”にサポート。急なご連絡にて恐れ入りますが、ご検討の程よろしく願いいたします。</p>
https://www.linkedin.com/company/xxxxx	事業開発責任者	<p>【会社名】新規事業責任者の近藤と申します。 急なご相談にて誠に恐縮ですが、1点お伺いしたくLinkedInから連絡させていただきました。</p> <p>【会社名】登録者90万人から厳選された様々な専門人材が、ソネ様の右腕として凡ゆる雑務をお任せできる（日程調整URL）https://x.gd/utpdB</p> <p>例えばバックオフィス業務（例：経理・労務・採用）・営業事務（例：データ入力・見積書/資料作成）を、急なご連絡にて恐れ入りますが、ご検討の程よろしく願いいたします。</p>	<p>【会社名】新規事業責任者の近藤と申します。 急なご相談にて誠に恐縮ですが、1点お伺いしたくLinkedInから連絡させていただきました。</p> <p>【会社名】登録者90万人から厳選された様々な専門人材が、ソネ様の右腕として凡ゆる雑務をお任せできる（日程調整URL）https://x.gd/utpdB</p> <p>例えばバックオフィス業務（例：経理・労務・採用）・営業事務（例：データ入力・見積書/資料作成）等を、急なご連絡にて恐れ入りますが、ご検討の程よろしく願いいたします。</p>
https://www.linkedin.com/company/xxxxx	人事責任者向け	<p>【会社名】の近藤と申します。 1点ご相談がありまして、LinkedInから連絡させていただきました。</p> <p>本来タナベ様がやる必要のない採用の雑務を、【会社名】登録者90万人から厳選された専門人材に「丸投げ」（日程調整URL）https://x.gd/utpdB</p> <p>例えば求人票の作成や人事評価のフォーム集計のようなノンコア業務を、“必要な部分”“必要な時”だけ“リーズナブル”にサポート。急なご連絡にて恐れ入りますが、ご検討の程よろしく願いいたします。</p>	<p>【会社名】新規事業責任者の近藤と申します。 急なご相談にて誠に恐縮ですが、1点お伺いしたくLinkedInから連絡させていただきました。</p> <p>本来はタナベ様がやる必要のないような人事総務領域の雑務を、【会社名】登録者90万人から厳選された専門人材（日程調整URL）https://x.gd/utpdB</p> <p>例えば勤怠管理や求職者の対応等のノンコア業務を、“必要な部分”“必要な時”だけ“リーズナブル”にサポート。急なご連絡にて恐れ入りますが、ご検討の程よろしく願いいたします。</p>

PO/PMによる
厳格なレビュー

コールスクリプト例

✓ これまで100商材以上のコール支援をしてきた実績をもとに、確度の高いスクリプトを設計

SNSのやりとりをフックに
受付突破率を向上

属人性を排除すべく
話の分岐を事前に想定し
パターン別スクリプトを作成

▼受付	▼受付時のFAQ				
<p>お世話になっております、【会社名】の●●と申します。 今●●事業部の●●さんいらっしゃいますか？（※1）</p> <p>※1. 既にお付き合いがある感を出して</p>	<p>◇用件は？ SNSで連絡させていただいているんですが、返信を頂けていない状況で質問があり連絡させていただきます。 ◇具体的には？ 弊社のサービスに関してご相談がありまして、連絡させていただいております。</p> <p>◇不在です 承知しました！ 何時ぐらいにお戻りになりますか？ or 折り返しお電話いただくこと可能ですか？ / どの番号から連絡いただけますか？</p> <p>◇メールから連絡してください SNSで連絡させていただいていたのでメールアドレスを知らない状況でして・・・ 折り返しお電話いただくこと可能ですか？ / 携帯の番号教えていただけますか？</p> <p>◇SNSから連絡してください 返信が止まっている状況なんですよ・・・ 折り返しお電話いただくこと可能ですか？ / 携帯の番号教えていただけますか？</p>				
<p>▼担当者接触後</p> <p>お世話になっております、【会社名】の○○と申します。 先日●月●日にLinkdinでメッセージさせていただいたのですが、ご確認くださいませでしょうか・・・？</p> <p>▼YES/NO</p> <p>ありがとうございます。</p> <p>●●さんが担当されている●●領域の中で、 ●●や●●といった実務（※6）に加えて 細かい雑務がたくさん発生しているんじゃないかと思っているのですが（※2）、 そんなノコア業務を全てマルッと月8万円で巻き取らせていただくサービスをリリースしまして（※3） 30分で構いませんので詳細をご説明させていただきたいのですが（※4） 来週の●●日の午後もしくは●●日の午前中のお時間ご都合いかがでございますでしょうか？（※5）</p> <p>※2. 具体的な課題場面を想起させる ※3. ソリューションを提示 ※4. 低ハードルでCVRを重視 ※5. 端点をMTG日時にするため、一気にクロージング</p>	<p>▼担当者接触後のFAQ</p> <p>◇マネジメントも対応してくれるのか？ 基本的に御社側でご対応いただくことで、コストを削減しております。</p> <p>◇指示系統はどのようになるのか？ 御社から直接アサイン人材とコミュニケーションを取っていただいて構いません。</p> <p>◇どれだけ働いても8万円なのか？ 基本的に40時間まで8万円で対応させていただきますが、稼働工数や人材要件によって異なります。詳細は、打ち合わせの際に弊り合わせさせていただきます。</p> <p>◇何名くらい所属しているのか？ 【会社名】独自のDB、約100万人から厳選した人材のみ紹介させていただきます。</p> <p>◇他社との差分何なのか 【会社名】独自の膨大な人材DB（約100万人）から、必要な時に必要な人へ必要な部分だけ依頼することができます。</p>				
<table border="1"><thead><tr><th>▼OK</th><th>▼NO（忙しい/興味ない）</th></tr></thead><tbody><tr><td><p>ありがとうございます。 オンラインにてお時間を頂ければと思っておりまして、リンクをお送りするメールアドレスを教えてくださいいただけますでしょうか？</p><p>▼OK</p><p>ありがとうございます。 念の為、緊急連絡先として電話番号を教えてくださいいただけますでしょうか？</p><p>▼OK</p><p>最後に、事業部と名前を教えてくださいいただけますでしょうか？</p><p>▼OK</p><p>ありがとうございます。 それでは後ほどメールをお送りさせていただきますので、ご確認くださいませと幸いです。 それでは当日、お会いできますこと楽しみにしております。 どうぞ、よろしくお願いたします。</p><p>※6.</p></td><td><p>ありがとうございます。 弊社の新規事業ということもあり、是非●●さん目線で率直な感想を含めた情報交換をさせていただきたいのですがいかがでしょうか？</p><p>◀OK</p><p>それでは、サービス資料だけでもご覧になっていただきたいのですが可能でしょうか？</p><p>◀OK</p><p>承知いたしました。 それでは今後、業務効率化のために本来●●さんがやる必要がない業務を依頼して効率化したい際は弊社までお声がけいただければと思います。</p></td></tr></tbody></table>	▼OK	▼NO（忙しい/興味ない）	<p>ありがとうございます。 オンラインにてお時間を頂ければと思っておりまして、リンクをお送りするメールアドレスを教えてくださいいただけますでしょうか？</p> <p>▼OK</p> <p>ありがとうございます。 念の為、緊急連絡先として電話番号を教えてくださいいただけますでしょうか？</p> <p>▼OK</p> <p>最後に、事業部と名前を教えてくださいいただけますでしょうか？</p> <p>▼OK</p> <p>ありがとうございます。 それでは後ほどメールをお送りさせていただきますので、ご確認くださいませと幸いです。 それでは当日、お会いできますこと楽しみにしております。 どうぞ、よろしくお願いたします。</p> <p>※6.</p>	<p>ありがとうございます。 弊社の新規事業ということもあり、是非●●さん目線で率直な感想を含めた情報交換をさせていただきたいのですがいかがでしょうか？</p> <p>◀OK</p> <p>それでは、サービス資料だけでもご覧になっていただきたいのですが可能でしょうか？</p> <p>◀OK</p> <p>承知いたしました。 それでは今後、業務効率化のために本来●●さんがやる必要がない業務を依頼して効率化したい際は弊社までお声がけいただければと思います。</p>	
▼OK	▼NO（忙しい/興味ない）				
<p>ありがとうございます。 オンラインにてお時間を頂ければと思っておりまして、リンクをお送りするメールアドレスを教えてくださいいただけますでしょうか？</p> <p>▼OK</p> <p>ありがとうございます。 念の為、緊急連絡先として電話番号を教えてくださいいただけますでしょうか？</p> <p>▼OK</p> <p>最後に、事業部と名前を教えてくださいいただけますでしょうか？</p> <p>▼OK</p> <p>ありがとうございます。 それでは後ほどメールをお送りさせていただきますので、ご確認くださいませと幸いです。 それでは当日、お会いできますこと楽しみにしております。 どうぞ、よろしくお願いたします。</p> <p>※6.</p>	<p>ありがとうございます。 弊社の新規事業ということもあり、是非●●さん目線で率直な感想を含めた情報交換をさせていただきたいのですがいかがでしょうか？</p> <p>◀OK</p> <p>それでは、サービス資料だけでもご覧になっていただきたいのですが可能でしょうか？</p> <p>◀OK</p> <p>承知いたしました。 それでは今後、業務効率化のために本来●●さんがやる必要がない業務を依頼して効率化したい際は弊社までお声がけいただければと思います。</p>				

深い商材理解をもとに
想定Q&Aを緻密に設計

定例ミーティングのアウトプット資料例

✓ 定例ミーティングを実施させていただき、状況のご報告及び改善アクションのすり合わせを実施

01. 前回からの進捗サマリ

前回の振り返り

- LinkedIn仕様変更（検索制限）

- 対処法を発見して、アプローチ
- 問題なく150件/週の繋がり申

02.1 定量結果（期間別）

期間	申請		承認		アポ	
	目標	実績	目標	実績	目標	実績
2025年2月21日～	150件	170件				
2025年2月28日～	150件	〇件				
2025年3月7日～	150件	〇件				
2025年3月14日～	150件	〇件				
合計	600件	170件				

期間	申請	
	目標	実績
合計	1,800件	170件

04. 状況整理

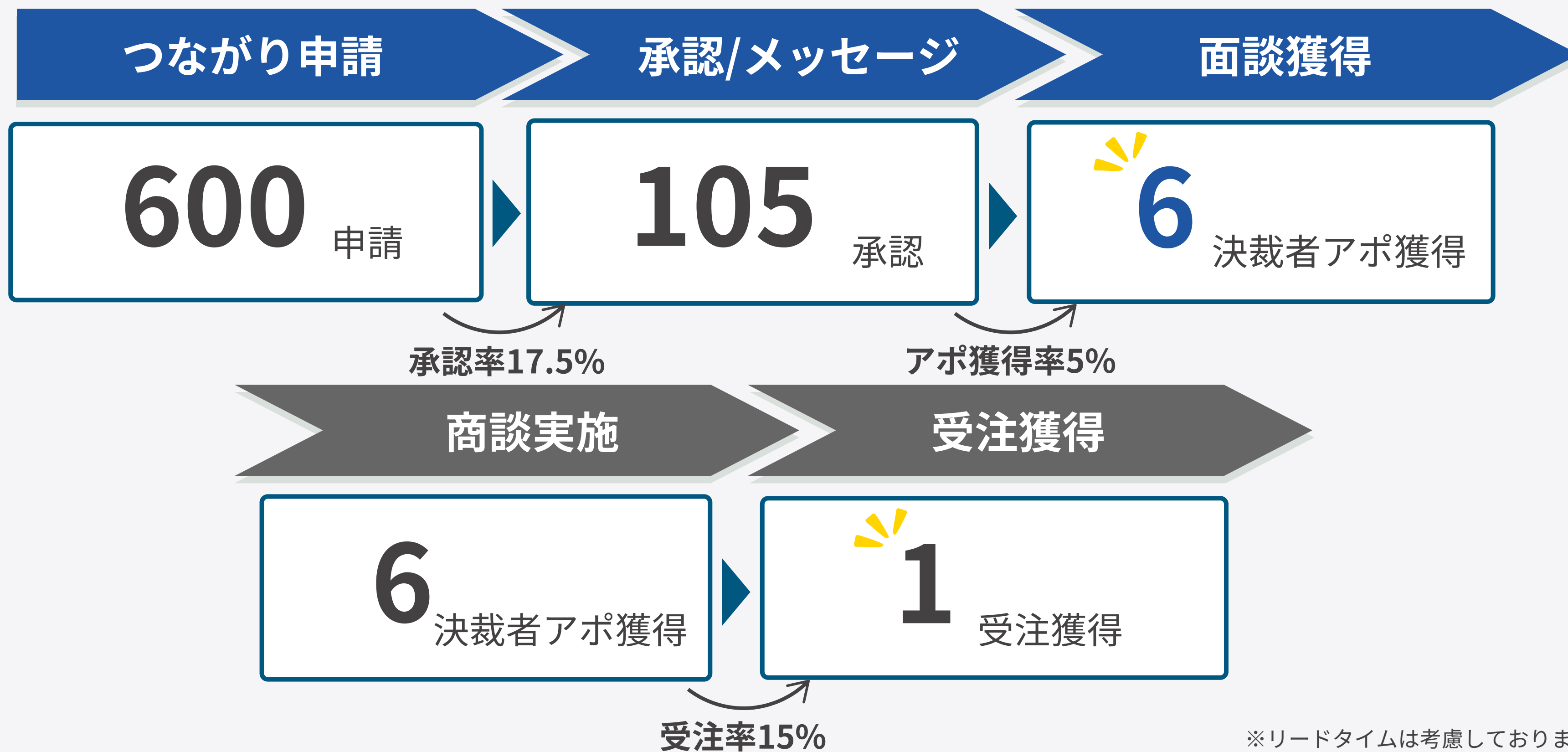
カテゴリ		評価
事実	アプローチ数	○
	承認率	△
	アポ率	◎
	案件化率	-
背景/要因	承認率	<ul style="list-style-type: none">現在、Link
	アポ率	<ul style="list-style-type: none">訴求精度メッセージ承認いたた

05. 今後について

カテゴリ	詳細
【承認率に関して】	<ul style="list-style-type: none">引き続き、文面をブラッシュアップ<ul style="list-style-type: none">後ほど「自己紹介」のフォーマットを提供するので、作成いただきたい一旦は検証のサンプル数を確保するためステイするが、改善なければ変更
【アポ率に関して】	<ul style="list-style-type: none">担当領域（事業部/役職）毎のミッションに合わせた訴求に変更する可能性あり未返信者へはリマインドを実施して、掘り起こし
【ペライチに関して】	<ul style="list-style-type: none">リマインドの理由付けと興味喚起（視覚的訴求）を目的として、ペライチ送付を行いたい貴社にて既に保有されているコンテンツがあれば頂戴して、使用方針を検討したい

成果シミュレーション

- ✓ 平均月5件以上のターゲット決裁者アポイント獲得を実現（※弊社平均は月6~7件ほど）



※リードタイムは考慮しておりません

事例（株式会社クレディセゾン様のスタートアップ開拓支援）



株式会社クレディセゾン

業種/業界

金融

規模感

従業員約4,000名

商材

セゾンインボイス
※法人向けの請求代行サービス

ターゲット

シリーズA以降の
スタートアップCxO

抱えていた課題

- PULL型の施策（アフィリエイト）の依存から脱するためにPUSH型の施策（テレアポ）を実施したが、案件化に繋がらずROIが合っていなかった
- 相性の良い企業の特徴や訴求軸などが確立されておらず、属人化していた

実施事項

- LinkedInとFacebookを使用した、決裁者アプローチを実施
- 取引金額や法人カード所有率に関する統計調査から、ターゲットを業界/設立年数/企業規模といった観点で絞り込み

シリーズA以降のスタートアップCxOと9件/月ペースでアポイントを獲得。
さらに、案件化率50%（別サービス比+38.9%）を実現。

事例（株式会社ユーザベース様のABM支援）



株式会社ユーザベース

業種/業界

情報サービス業

規模感

従業員約1,000名

商材

スピーディノベーション情報リサーチ
※新興産業やテクノロジー情報を提供

ターゲット

- ・大手/成長企業の経営企画
- ・新規事業部門
- ・イノベーション推進部門

抱えていた課題

- 既存の接点先が多く、アプローチ可能な白地が少なかった
- 専門性の高いサービスのため、適切なターゲティングと訴求が課題

実施事項

- メッセージ文面には中期経営計画やPR記事などの公開情報から、ニーズ仮説を立て1件1件毎にカスタマイズを実施
- メッセージ送信後、未返信アカウントにはリマインドメッセージ送信をし、狙ったターゲットからアポイント獲得

様々な営業/マーケティング施策において開拓が難航していたABMリストの内、ソフトバンク社の本部長クラス等のアポイントを提供するなど、無事にKPIを達成

事例 - 株式会社ココナラ様の新規事業（BPO）の営業支援



株式会社ココナラ

業種/業界

HR

規模感

従業員約213名

商材

BPO（業務委託/アシスタント紹介）

ターゲット

- ・スタートアップ企業
- ・クライアントワーク企業
- ↳ 営業/マーケ/コンサル支援など

抱えていた課題

- 各種WEB広告を実施してきたが、リード獲得CPAが高騰してきたため別チャネルを模索していた
- アウトバウンド営業の主流であるテレアポやフォーム営業を試してみたが、アポイントが獲得できなかった

実施事項

- LinkedInで決裁者にアプローチした後、フォローコールを実施
- アプローチ企業の事業内容と担当者のミッションをリサーチした上で、ユースケースを具体的に訴求

支援開始2週目で、スタートアップ経営者とのアポイントを4件獲得。
アウトバウンド施策における勝ちパターンを確立。

事例 - コールセンター/BPO会社へのセキュリティ商材販売支援



株式会社シーエーシー

業種/業界

システム構築/運用管理
BPOサービス

規模感

売上320.7億円・社員数1,327名

商材

リモートワーカー向け
セキュリティツール

ターゲット

・コールセンター
・BPO会社

抱えていた課題

- 新規事業のため、ターゲット・訴求軸・スクリプト・営業チャネル等における勝ちパターンが確立していなかった
- テレアポを3ヶ月トライしたが、アポイント・受注ともに獲得できていなかった

実施事項

- 各種メディアや求人媒体から、細かくターゲティングを実施
- ターゲット企業の経営者/決裁者に対して、LinkedInとFacebookのクロスチャネルアプローチを実行

平均月間6件のアポイント獲得に成功（その内、CxOアポイントが約70%）
トライアル遷移率約30%を実現

事例（AI×RPO事業の中堅～大手開拓事例）



株式会社Timers

業種/業界

HR、BPO

規模感

従業員約70名

商材

RPO

※AI×プロ採用人材による採用代行

ターゲット

・エンタープライズ企業(1,000名以上)
・中堅企業(100名以上)

抱えていた課題

- 決裁権を持つ役職者（例：経営者・人事部長・採用責任者など）とのアポイントを求めて営業顧問や経営者マッチングサービス等を実施していたが、ニーズがなく費用だけが嵩んでいた。
- 「大手企業 × 決裁者 × ニーズ有」の条件を満たす施策を求めている。

実施事項

- 採用ニーズが顕在化している求人媒体掲載企業をリアルタイムでリスト化。
- 各求人媒体の特性に合わせて、メッセージ内容の個別カスタマイズを実施。1ヶ月間で4回以上、ターゲットと訴求の分析および改善を実行。



開始1ヶ月で7件のアポイント獲得 / 年間500万以上の案件化を実現。
そのうち3件が上場企業の採用本部長・マネージャーのアポ(2社が3000名、1社が8000名規模)

事例（大手企業 人事/広報部門への、オーディオブック販売）



株式会社オトバンク

業種/業界

IT

規模感

従業員数61名

商材

音声コンテンツプラットフォーム
「audiobook.jp法人版」

ターゲット

従業員数500名以上の
人事・広報部長/課長

抱えていた課題

- 大手企業の決裁者と接点を持つチャネルとして営業顧問/カンファレンス/セミナー/交流会等を実施していたが、頭打ちしていた
- 商談獲得CPAが高騰していただけでなく、商談の質が低く営業リソースが枯渇していた

実施事項

- 来期の営業戦略を見直すタイミングで、新たなチャネルの模索と再現性ある営業体制を構築
- LinkedInのSalesNavigatorを活用して大手企業の経営陣や部課長アプローチを実行

大手企業（従業員数700~5,000名）の代表・役員と、初月から7アポイントを獲得

事例（新規事業特化型システム開発会社のエンブラ開拓支援）



Wur株式会社

※エアトリグループ会社

業種/業界

IT

規模感

749名(グループ全体)

商材

新規事業に特化したシステム開発

ターゲット

大手企業新規事業部門責任者
大手Sler企業

抱えていた課題

- グループ内のストレッチな目標に対してアポ/受注件数がビハインドしていた
- 一方でマーケティング予算も限定的で、広告に頼らず営業する必要性が生じていた
- コストパフォーマンス良く大手の新規事業部門にアプローチする施策を模索していた

実施事項

- まずはミニマムで、LinkedIn Sales Navigatorで大手新規事業部門の担当者/決裁者をリストアップ、アプローチ
- 上記施策が上手くいったため、LinkedInでアポを取れなかったリストに対してレター送付→フォローコールを実施



初月から7アポ・1受注獲得に成功

また、その後も定常的に月5~10件ほどアポイント獲得できている状態

事例（システム開発会社様の事業会社決裁者/協業先開拓）



lanitech合同会社

業種/業界

IT

規模感

5名

商材

システム開発、DX支援、
外部CTO支援など、IT全般

ターゲット

大手/スタートアップのIT決裁者
Sler/ITコンサルのパートナー責任者

抱えていた課題

- 代表が元々エンジニア出身ということもあり、営業活動全般の推進力向上が課題だった
- システム開発はタイミングが重要かつ単価も大きいため、質の高いアポイント獲得が上手くいっていなかった

実施事項

- エンド開拓・アライアンス開拓を目的に、以下のような一定予算がある大手企業/資金調達スタートアップの決裁者を中心にアプローチ実施

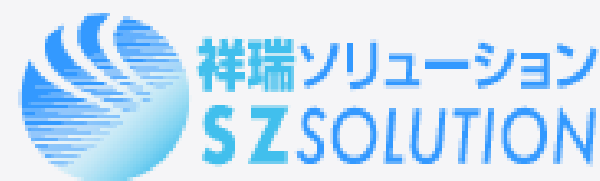
▼ターゲット例

- ・大手事業会社の新規事業責任者/室長、システム開発責任者など
- ・エクイティファイナンス調達事業会社のCEO/CTO/事業責任者/PdMなど
- ・ITコンサル/Sler/システム受託開発会社など



**3ヶ月で合計17件の決裁者アポ獲得を実現し、
尚且つそのうち5社が業界最大手/1兆円超えの超大手企業という結果創出に成功**

事例（インフラ開発会社様の大手決裁者開拓）



祥瑞ソリューション株式会社

業種/業界

IT

規模感

~30名

商材

- ・インフラ開発
- ・ソフトウェア(Azure)開発

ターゲット

- ・CTO/VPoE/システム開発責任者
- ・DX推進部
- ・事業責任者/PdM

抱えていた課題

- リファラルを中心に案件を獲得しており、案件数の波が発生していた
- 過去にアウトバウンド営業を実施したが、どの方法も上手くいかなかった

実施事項

- システム開発の案件獲得において最も重要な観点は安心材料と考え、キャリア/技術力/実績を強調したLinkedinプロフィールを設計
- 事前にアプローチ先の企業と、その人物が担当しているプロダクトを把握して具体的なベネフィットを訴求

トヨタ自動車株式会社やリコージャパン株式会社、
グリーホールディングス株式会社など初月から7件の大手部長アポイントを獲得。

事例（株式会社mijica様のサービスの紹介先/紹介元開拓）

mijica
株式会社mijica

業種/業界 HR

規模感 ～10名

商材 ITフリーランスマッチング（SES）

ターゲット 大手事業会社・SaaS企業

抱えていた課題

- 他の営業代行会社（テレアポ・メール）に依頼していたが、アポイントの獲得率とアポイントの質（例：役職・ニーズ有無）の両方に課題があった

実施事項

- LinkedInを通じてターゲット企業の決裁者にダイレクトアプローチを実施。
- ニーズが顕在化している企業の特徴を整理することでリストの質を高め、アポイント率だけでなく受注率の向上を試みた



**LinkedInアカウント1個につき、平均アポイント獲得数8件/月を実現。
1~2ヶ月に1件のペースで受注発生中。**

事例（SES企業への、SES企業向けSaaS販売事例）



ドリームビジョン株式会社

業種/業界

IT

規模感

従業員数102名

商材

wacca

※SES企業向けエンジニア管理SaaS

ターゲット

SES企業

抱えていた課題

- これまでテレアポを実施していたが、離職率が高く成果の平準化に課題を抱えていた
- アポイントとは獲得できていたが、受注率が低迷していた

実施事項

- テレアポから、LinkedInを活用した経営者・決裁者アプローチに変更

平均8件/月のペースで、受注に直結しやすい「経営者/決裁者アポイント」を獲得中

事例（コンサルティング会社様の業界最大手決裁者開拓）



株式会社DITY

業種/業界

コンサルティング

規模感

5名

商材

戦略コンサルティング事業

ターゲット

業界最大手企業の課長以上

抱えていた課題

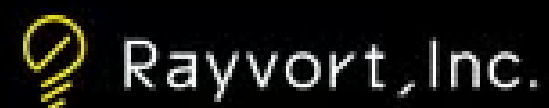
- 大手企業をターゲットにしており、これまで紹介などで案件獲得していたが、受注数が鈍化してきた
- セミナーや紹介サービスなどを活用してきたが、なかなかアポ数が増えなかったり、コストが合わなかった

実施事項

- LinkedIn Sales Navigatorで大手企業の課長~取締役をリストアップ
- 信頼感溢れるプロフィールや文面設計を行い、丁寧にアプローチ

5ヶ月で33件の大手企業マネージャー以上アポ獲得に成功
※そのうち25件（75%）が1兆円超えの超大手企業

事例（マーケティング支援会社様のスタートアップCxO開拓）



株式会社レイボート

業種/業界

コンサルティング

規模感

従業員数10名

商材

マーケコンサル、実行支援

ターゲット

資金調達スタートアップ

抱えていた課題

- 一定の単価を頂き上流からマーケティングコンサルティングやブランディング支援をするという事業モデル上、新規の顧客開拓が難しく、成果が出る施策を模索されていた
- また社内に営業経験豊富なメンバーやリソースが少なく、新規開拓に時間を割きにくい状況だった

実施事項

- 上流のマーケティング設計やマーケティングリソースに課題があるかつ、一定の資金を使えるターゲット先として、資金調達済みスタートアップを選定
- 弊社のスタートアップデータベースを活用する他、PRTimesから「資金調達」「シリーズA」などのクエリで企業検索し、泥臭く質の高いリストを作成



シリーズA以降のスタートアップにおけるCxOと初月から8件のアポイント獲得に成功

事例（マーケティング支援会社様の手大メーカー開拓）

LEFANA

株式会社LEFANA

業種/業界

マーケティング

規模感

従業員数30名

商材

女性向け商材に特化した
SNSマーケ支援

ターゲット

BtoCメーカーのマーケ責任者

抱えていた課題

- ターゲットセグメントがやや狭いことや、商談してもなかなか案件化しないことが課題だったため、最適なチャネルや決裁者との商談獲得手法を模索されていた

実施事項

- LinkedInにて、「業界：不動産、小売企業」「規模：大手」に該当する、女性向けメディアと相性が良い企業の決裁者をリストアップ
- またニーズ顕在度を考慮すべく、あらゆる採用媒体から「 marketer 募集企業」も泥臭くリストアップ実施



**BtoCのメーカーにおける事業責任者/マーケ責任者とのアポイントを平均5アポイント獲得。
支援スタートから2ヶ月で、業界最大手のカフェチェーンのコンペ参加権を獲得 & 受注成功**

事例（マーケティング支援会社様の大手食品メーカー開拓）



株式会社PRIZMA

業種/業界

マーケティング

規模感

233名（グループ合計）

商材

漫画を活用したマーケ支援事業

ターゲット

大手食品メーカー

抱えていた課題

- 元々、テレアポ・メール・リスティング広告などで顧客獲得を進めていたが、思うように成果が出ていなかった
- 一方で、最適なターゲットセグメントやチャネルが分からず、ご相談をいただいた

実施事項

- まずはミニマムでLinkedIn営業をご支援
- 主に訴求、ターゲットのPDCAを回した。具体的には、漫画インフルエンサーとのタイアップや漫画が解消できる課題など、複数の訴求を用意するほか、マーケティング部門と採用部門の両方にアプローチするなど実施

食品部門に漫画インフルエンサーとのタイアップ訴求する勝ち筋を見出し、
業界最大手の決裁者アポイントを月5件ペースで獲得に成功

事例（SaaS企業様の医療機関開拓支援）



Contrea株式会社

業種/業界

IT業界

規模感

約30名

商材

MediOS

※医療従事者の定型業務効率化SaaS

ターゲット

総合病院～小病院の役職者

※院長/副院長/看護部長/事務長など

抱えていた課題

- セミナーや展示会などインバウンドかつショットの施策に依存しており、不安定な状況だった
- アウトバウンド営業の中でも王道なテレアポの実施経験はあるが、うまくいかなかった

実施事項

- LinkedInやFacebookといったSNSを活用して、医療機関の役職者に対してダイレクトアプローチを実施
- LinkedIn営業の内製化に向けた、勝ちパターンを確立



MAX週5件のアポイント獲得を実現。
コンサル×実行により、3ヶ月間で勝ちパターンを構築して内製化を実現。

事例（紹介営業支援サービスの紹介先/紹介元開拓）



Wi-Road

株式会社ウィロード

業種/業界

IT業界

規模感

5名

商材

リファビズ
※紹介営業支援サービス

ターゲット

- ・紹介先：大手企業の営業責任者
- ・紹介元：個人事業主

抱えていた課題

- 大手企業の営業責任者（部長 / 課長）に絞ってアプローチする方法が少なく、難航していた
- 膨大なマーケティングコストが発生しており、CPAが高騰していた

実施事項

- LinkedIn SalesNavigatorを利用して、所属企業 / 所属事業部 / 役職まで細かく絞り込んでアプローチ
- 送付文面のブラッシュアップを繰り返し実施



**KDDIグループ / 武田薬品工業社 / 日本IBM社の営業部長など
1ヶ月で18面談を獲得して、面談獲得CPAを1万円代まで下げることに成功**

料金プラン（人気プラン）

おすすめプラン



プラン	エンタープライズ			
営業施策数	3 施策運用			
想定アポイント数	高受注率アポイント 約 18 件/月 獲得			
料金	55 万円/月（初月 25 万円/月） ※獲得単価 3.3 万円/件			
営業施策候補	オススメ	LinkedIn	オススメ	Facebook
	オススメ	X	オススメ	コール
		手紙		問い合わせフォーム

※ LinkedInにて営業活動を実施する場合、LinkedIn SalesNavigator (8,789円/月) の契約は必須貴社にて負担とする。

※最低契約期間は12ヶ月とする。

料金プラン（固定報酬）

プラン	トライアル		ベーシック	エンタープライズ
営業施策数	1 施策運用		2 施策運用	3 施策運用
想定アポイント数 ※高受注率アポイント	約 6 件/月 獲得		約 12 件/月 獲得	約 18 件/月 獲得
料金	初月 25 万円/月			
	2か月目以降 25 万円/月	2か月目以降 40 万円/月	2か月目以降 55 万円/月	
営業施策候補	オススメ LinkedIn		オススメ Facebook	
	オススメ X		オススメ コール	
	手紙		問い合わせフォーム	
実施事項	初月	ターゲットセグメント検討 <small>(Ex.業界/売上/従業員数/掲載メディア/事業部/役職など)</small>	次月 以降	プロジェクトマネジメント <small>(Ex.メンバー管理/高速PDCA推進/勝ちパターンなど)</small>
		リストアップ <small>(スクレイピング実施・企業/決裁者DB利用)</small>		営業アプローチ <small>(Ex.文面の個別カスタマイズ/メッセージラリー/InMail活用など)</small>
		訴求検討 <small>(Ex.ターゲット課題/ニーズの棚卸・キーワード選定など)</small>		
		プロフィール作成 <small>(Ex.カバー画像 / ヘッドライン(自己紹介/経歴など))</small>		
		スクリプト作成 <small>(Ex.繋がり申請時/承認後/リマインド/InMail利用時など)</small>		

※ LinkedInにて営業活動を実施する場合、LinkedIn SalesNavigator (8,789円/月) の契約は必須貴社にて負担とする。
 ※最低契約期間は12ヶ月とする。

営業コミットメント

営業施策	保障アプローチ数	成果目安
LinkedIn	600 アプローチ/月	5～6 アポイント/月
Facebook	600 アプローチ/月	5～6 アポイント/月
X	600 アプローチ/月	5～6 アポイント/月
手紙	333 通	5～6 アポイント/月
コール	330 コール	5～6 アポイント/月
問い合わせフォーム	3,000 送付	5～6 アポイント/月

※成果目安は、商材・ターゲットによって変動

Appendix

アウトバウンドセールスのメリット



高精度のターゲティング

メリット

取引したい企業を狙ってアプローチできるため、
「会える人」ではなく「**会いたい人**」と商談できる



ニーズの顕在化

メリット

“待つ”リード獲得手法と異なり課題喚起から入ることができるため、
事業戦略・予算・パートナー選定要件の
検討スタート段階から提案できる



不戦敗の解消

メリット

サービスが認知されていないことによって
他のサービスを選択されてしまう「**不戦敗**」を解消できる

アウトバウンドセールスが必要

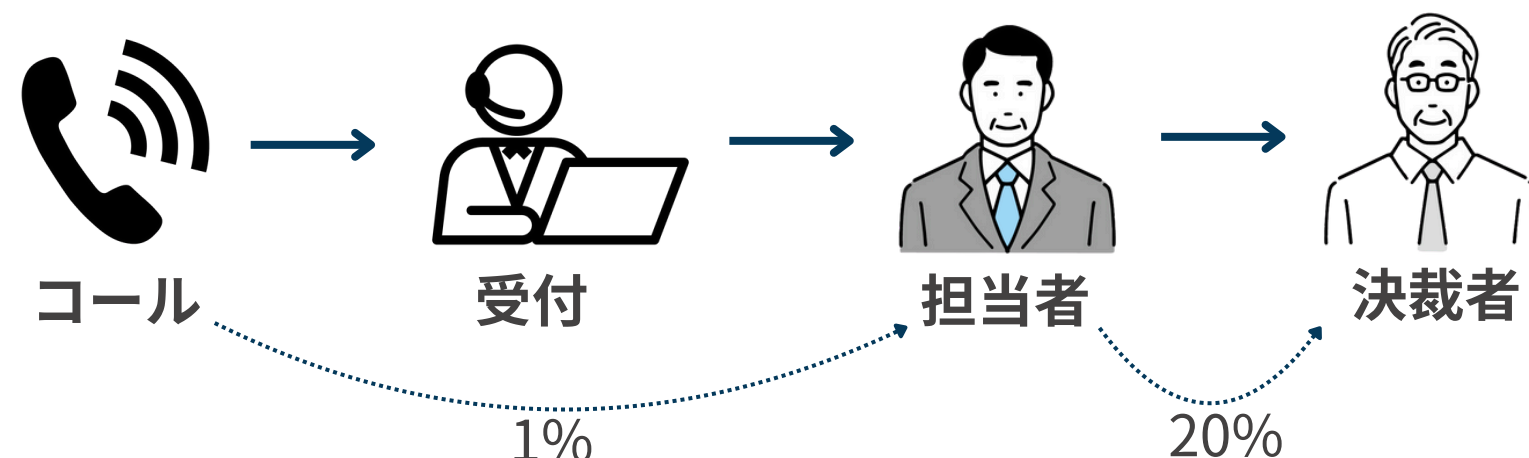
成果が出る理由①：SNSセールスの価値

- ✓ SNSなら受付の突破や稟議の必要がなく、決裁権のある役職者と直接コミュニケーションが可能
- ✓ 受注率だけでなく、アクティブ率・開封率の影響でアポイント率が平均5%になる

営業フロー

特徴

テレアポ



- 受付突破率の相場は10%、つまり90%の行動が無駄になっている
- 受付突破したとしても、なかなか決裁者に辿り着けず、受注できない

SNS

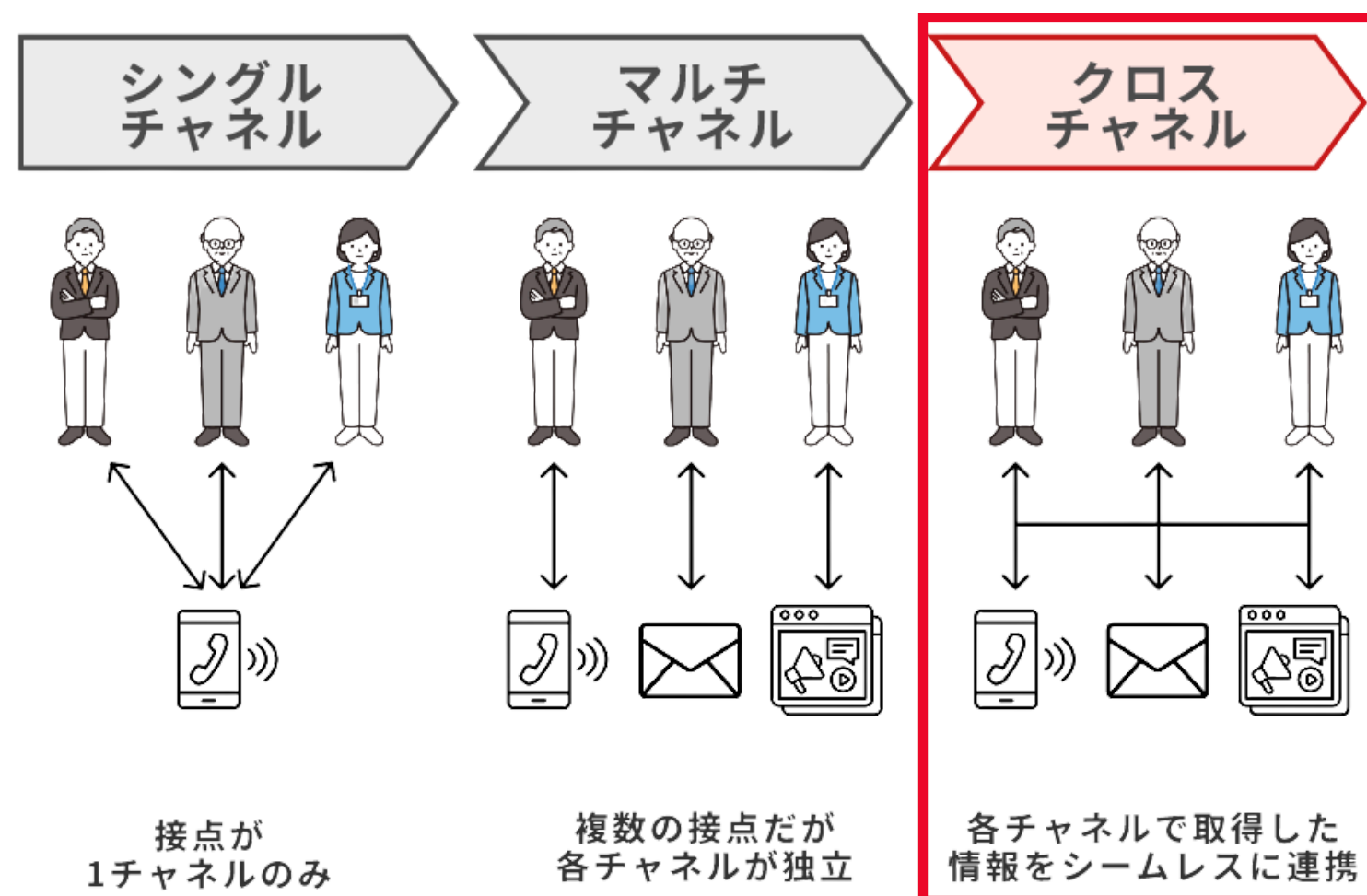


- ターゲットに直接アプローチできる上、SNSはアクティブ率が高いPFのため開封率も高く、アポ率が高い
- また決裁者にアプローチすることで、質の高いアポイントを取得可能

成果が出る理由②：クロスチャネルの価値

- ✓ クロスチャネルで多角的にアプローチすることにより、取りこぼしの発生を最小化
- ✓ 先にSNSでコンタクトしてから、それをフックにコールアプローチすると担当者/決裁者接触率が向上

クロスチャネルアプローチとは



クロスチャネルアプローチ例：SNS→コール

SNS	長所	決裁者にアプローチできる
	短所	テキスト情報/画像データでしか訴求不可
コール	長所	口頭での懸念払拭/アクション喚起が可能
	短所	決裁者にアプローチしにくい



昨日、〇〇さん（決裁者）にSNSで連絡させてさせていただいていたのですが返信を頂けておらず・・・。
1点、確認させていただきたい内容があるので〇〇さん（決裁者）にお繋ぎください。

SNS一覧と評価

✓ BtoBアウトバウンドセールスにおけるSNS利用では、LinkedInがベスト。



★★★★★
RECOMMENDED

SNS	ユーザー属性	プロフィール充実度	交流文化	営業UX	炎上リスク
LinkedIn	○ 大手の決裁者やベンチャー経営者など400万人が利用	○ 氏名/事業部/役職/担当領域など全て把握可能	○ ビジネス用のSNSであり、オープンなため営業OK	○ LinkedInの機能でターゲティング/リスト管理/営業が可能	○ 実名/顔出かつ、LinkedIn社が営業での利用を推奨
Facebook	○ 30～40代のビジネスパーソンを中心に利用	△ 別途DBツールを利用しなければ事業部/役職が不明	△ 閉鎖的/プライベートなSNSの為、身内との交流がメイン	△ ユーザーの絞り込み等の機能が無い	△ SNSの文化的に、営業すると反感を受けるリスクあり
X	△ 年齢・職種を問わず、多種多様な方が利用	△ 別途DBツールを利用しなければ事業部/役職が不明	○ 匿名性が担保されており、拡散性/交流性が強い	△ 大手社員は匿名で利用しているため検索できない	× 匿名性/拡散力が非常に高く炎上リスクあり
Instagram/TikTok	× 若者の消費者が多く、BtoC/BtoBtoCと相性Good	× 企業名/事業部/役職などを登録していない	○ 検索性やショート動画の拡散性が強く、交流も盛ん	△ ユーザーの絞り込み等の機能が無い	△ SNSの文化的に、営業すると反感を受けるリスクあり
Eight	○ 主に大手の決裁者やベンチャーの経営者が利用	○ 氏名/事業部/役職など把握可能	× 規約的に営業不可	× 規約的に営業不可	△ 拡散性は強くないが、規約的に営業不可

LinkedIn営業の成功事例共有・デモンストレーション

- カスタマイズ文面による上場企業役員のアポイント獲得事例を掲載（※名前/アイコン等をマスク化）
- LinkedInはオープン×実名性のビジネスSNSであり、上場企業に限らずあらゆる法人の決裁者アポイントの獲得が可能

常務取締役

7月13日

7:11

突然のご連絡恐れ入ります、株式会社 代表の
と申します。
さんのプロフィールを拝見し、興味を持たせて
いただきました。今後情報交換等できますと幸いです。
よろしくお願いします。

7:55

こちらこそ、よろしくお願いします

火曜日

7:53

早速のご承認およびご返信、誠にありがとうございます。
様は昔から存じており、時々IR等も拝見
しておりました。

7:53

早速のご承認およびご返信、誠にありがとうございます。
様は昔から存じており、時々IR等も拝見
しておりました。

差し支えなければ一点お伺いさせていただきたいの
ですが、貴社は人材領域に尖っておられる印象です
が、今後新規事業開発を行われるご予定はあられる
のでしょうか？

私が企業様の新規事業に非常に興味があり、ご質問
させていただいた背景です。
お忙しいところ恐縮ですがご確認いただけますと幸
いです。

9:20

ご連絡ありがとうございます。
現在展開してる事業において幅を広げていくという
形がメインです。
新規事業という観点では、MAした企業がいくつか
ありますので、そちらと如何にコラボしていくか？
という形で考えています。

11:49

ご返信ありがとうございます。
貴社の新規事業の考え方、承知しました。

弊社が新規事業に特化したシステム開発事業を行っ
ており、既存事業の横展開およびMAした事業をさ
らにグロースする際にお力添えできる場面もあるか
と思っております、

お忙しいところ恐縮ですが差し支えなければ一度ご
挨拶/情報交換のお時間を頂きたいと思っているので
すが、いかがでしょうか？

お忙しいところ恐縮ですがご確認のほどよろしくお
願いします。

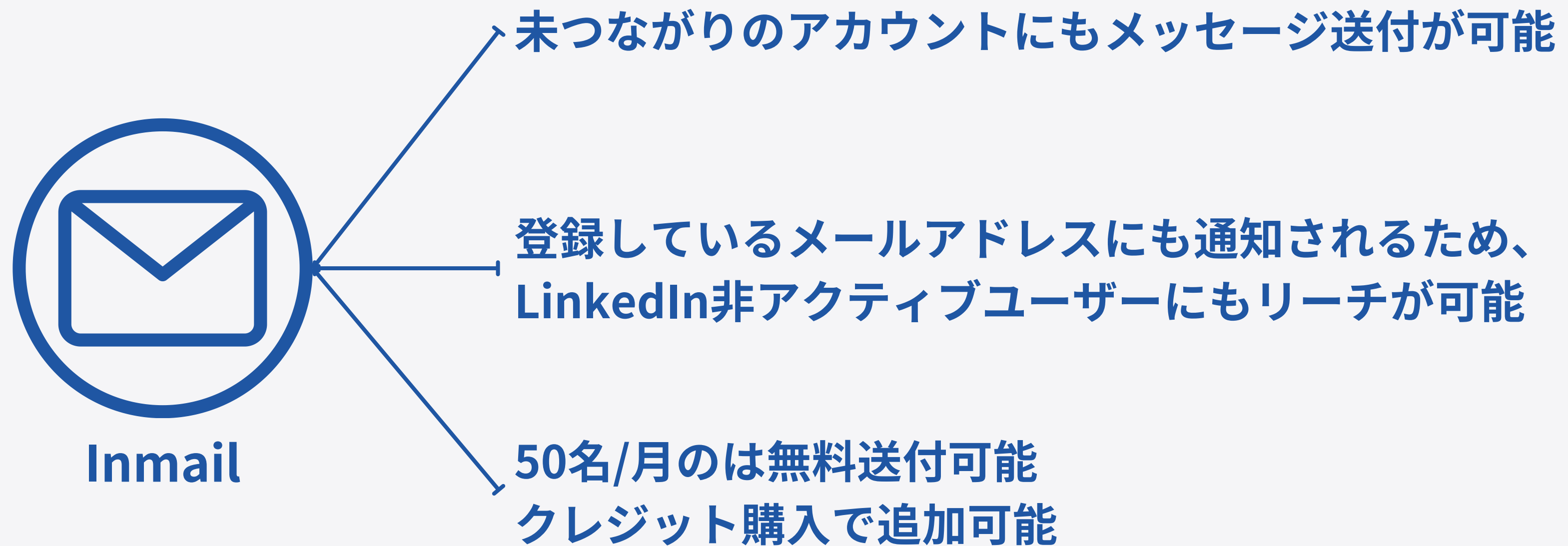
水曜日

6:38

8月末ごろでもよろしいでしょうか？
8月最終週で、ご都合のよろしいお時間をご連絡い
ただければと思います。

Inmailの活用

- ✓ InmailとはSales Navigator等の有料プランに付帯される有料のメッセージ送信機能
- ✓ 未つながりのアカウントにもメッセージにも送付できる点が最大の特徴（50名/月まで無料）



参照：アウトバウンドセールス施策・評価一覧

✓ アウトバウンドセールスの施策とその評価を整理

施策	コスト		成果			ターゲット	
	費用	工数	アポ数	決裁権	ニーズ顕在度	中小	大手
コール	△	×	△	×	△	○	○
フォーム	○	△	×	×	△	○	×
メール	○	○	×	×	△	○	×
手紙	×	△	×	○	△	○	○
交流会	○	○	○	△	×	○	△
ビジネス マッチング	○	△	×	○	×	○	×
LinkedIn	○	△	○	○	△	○	○
Facebook	○	△	○	○	△	○	○
X	○	△	○	○	△	○	△
顧問	×	○	△	○	×	△	○

Emoooveが支援する意義

- ✓ 国内最多の事例/実績やLinkedIn Japanとの連携をベースにした、
LinkedIn営業の仕組みやナレッジをもとに、コストパフォーマンス高く高品質なご支援が可能

国内初 LinkedIn営業支援



国内で初めてLinkedIn Sales Navigatorを活用したBtoB営業支援事業を展開。

国内トップクラスの LinkedIn営業支援実績



これまで合計100社以上の新規開拓支援実績あり。また、メガベンチャーや急成長スタートアップ出身の優秀な営業/事業開発人材がご支援。

LinkedIn営業の 書籍出版



書籍「BtoBセールスを加速する LinkedIn Sales Navigator活用術」がAmazon6部門で1位を獲得。

LinkedIn Japanとの 密な連携



LinkedIn Japanとの連携により、オフラインセミナーの実施や定期的な情報交換などを実施。

高度な仕組み化による 低価格提供



オペレーションフロー型化やナレッジ蓄積により運用の仕組み化が進んでおり、ゼロから運用するよりも安く早く成果創出することが可能。

競合比較

対象

マッチングサービス

営業ツール

LinkedIn運用代行

成果報酬営業代行

低単価営業代行

高単価営業代行

業務委託/フリーランス

正社員

Emoooveとの比較

ターゲティングができない・逆営業の可能性が高い

テンプレ文面をバラ撒くのは成果が出ない&風評被害に繋がる

テンプレ文面送付の“作業代行”なので営業の知見もなく、成果が出ない

アポイント“数”だけを追うため、低役職・低温度感になり受注へ繋がりにくい
安定して稼働してくれない
成果報酬は学生～若い企業が提供することが多く支援品質の平均が低い

PDCAが弱く数値改善されにくい・テレアポ一辺倒

LTVが高くないと費用対効果が合いにくい

LinkedInのキャッチアップ/マネジメント工数が発生する

人が足りない（マネジメント工数・固定費が上がる）リスクがある

内製するデメリット

01

キャッチアップ

LinkedIn SalesNavigatorは外資系のツールであり、UIが英語表記のみ。
急拡大中SNSのため情報収集が難しく、キャッチアップに時間と工数が必要。



膨大なリサーチを通じた書籍出版や、LinkedInJapanと密に連携している**専門家が対応**します。

02

運用工数

営業活動において、“行動量”は必要不可欠。
MAX800名/月への繋がり申請・約160名/月とのコミュニケーション工数が必要。



戦略検討から日程調整まで**“丸投げ”OK**なので、マネジメント工数を削減できます。
また、**アプローチ数を完全保証**させていただきます。

03

成功事例

ターゲット決裁者とのアポイント数を最大化したい中で、
プロフィールやメッセージ文面を0から確立しなければならない。



業界最多(100社以上)の支援実績に基づいて、**最短最速での成果創出**が可能です。

競合サービス(LinkedIn運用代行業者)との比較

01

営業品質

パート・アルバイトによる定型業務(作業)代行のため、
戦略の立案～PDCA等のプロジェクト推進や高品質の営業ができない。



上場企業を含む**100社以上の営業支援事例/実績**を活かして、最適な提案をさせていただきます。

02

LinkedIn ノウハウ

LinkedIn Sales Navigatorの活用経験が乏しい。



国内で唯一**LinkedIn Sales Navigatorに関する書籍出版**や**LinkedInJapanとの連携**を実施。
同業者にレクチャーしている状況です。

03

クロス チャネル 営業

他の施策まで対応していない。



LinkedInでの連絡をフックに**コールでのクロージングまで実施**することで、
アポイント数の最大化を実現可能です。

競合サービス(営業ツール)との比較

01

対応領域

リスト作成や営業管理(SFA)の機能のみであり、戦略検討/実行機能を有さない。
営業やLinkedInの知見、マネジメント工数が必要になってくる。



戦略検討→リスト作成→アプローチ→PDCAまで、**マルっと対応**させていただきます。

02

費用対効果

リスト作成や営業管理(SFA)だけで月20~50万ほど支払っていると、
ROIを合わせるのが非常に難しい。



安価もしくは同額で、アプローチ/成果創出まで実現することが可能です。

03

メッセージ 個別 カスタマイズ

メッセージ自動送信ツールの場合、
固定の文面を一斉に送信するので成果が出ない&悪評に繋がる



中期経営計画やプレスリリース、インタビュー記事などからアプローチ先の注力内容を特定。
相手に合わせてメッセージ文面をカスタマイズして訴求するため、成果が最大化されます。

競合サービス(テレアポ代行業者)との比較

01

アポイント率

リモートワーク化の加速・新規営業お断りルールにより、アポイント率は1%程度。
人海戦術でアプローチするので、焼畑状態になる。



SNSは日常的に利用されるのでメッセージ開封率が高く、
アポイント率を平均5%まで引き上げることができます。

02

受注率

決裁者がテレアポに対応するケースは極めて少なく、受注にも繋がりづらい。



受付や役職者の低い方を通さず、
LinkedInなどのSNSから**決裁者に直接アプローチできる**ため非常に合理的です。

03

再現性

営業成果が、テレアポ担当者の力量に依存する。



SNSの場合メッセージの内容を型化することができるため、**属人性を抑える**ことができます。
また、弊社が保有する国内最大級の企業/人物DBとSNSで
部署名/担当者名などを把握してからテレアポすることにより成果を最大化できます。